
SISTEM INFORMASI MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN PADA HOTEL CLASSIE

Yuyun Kristanti Wulandari*¹, Wanky Bebrianto, Dafid³

^{1,2}STMIK GI MDP

Jl.Rajawali No.14 Palembang, telp/fax: +62 (711)376400/376360

³Jurusan Sistem Informasi

e-mail: *¹yuyuncw@mhs.mdp.ac.id, ²wanky@mhs.mdp.ac.id, ³dafid@mdp.ac.id

Abstrak

Hotel Classie merupakan sebuah usaha yang bergerak pada bidang perhotelan. Proses pelayanan dimulai dari pendaftaran pelanggan lalu memberikan pelayanan sesuai kebutuhan pelanggan. Setiap informasi pelanggan yang pernah menginap di Hotel dicatat dalam buku. Permasalahan yang terjadi adalah tidak adanya feed back (kritik dan saran) dari para pelanggan mengenai hotel dan fasilitasnya, pelanggan juga tidak banyak mengetahui tentang pengadaan event / promo di hotel tersebut, serta pelanggan harus datang ke hotel untuk memesan kamar hotel. Untuk mengatasi permasalahan tersebut dilakukan pengembangan sistem menggunakan metode Rational Unified Process (RUP), dengan sistem analisis menggunakan PIECES dan Usecase Diagram. Penerapan sistem akan menggunakan bahasa pemrograman PHP(codeigniter), javascript dan MySQL sebagai database. Dari penelitian ini menghasilkan sistem informasi manajemen hubungan pelanggan pada hotel classie untuk membantu dalam memberikan informasi ketersediaan ruangan, berita dan promosi melalui broadcast SMS dan broadcast Email kepada pelanggan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap hotel Classie.

Kata kunci— Hotel, Informasi, Metode RUP, PHP, Javascript, MySQL

Abstract

Hotel Classie is a business that is engaged in the field of hospitality. The service process starts from the customer registration then provide services according to customer needs. Any customer information that has ever stayed at the Hotel is recorded in the book. The problem is that there is no feed back (criticism and suggestion) from the customers about the hotel and its facilities, the customer also not know much about the procurement event / promo at the hotel, and the customer must come to the hotel to reserve the hotel room. To solve the problem conducted system development using Rational Unified Process (RUP) method, with analysis system using PIECES and Usecase Diagram. Application of the system will use PHP programming language (codeigniter), javascript and MySQL as the database. From this research resulted the customer relationship management information system at hotel classie to assist in giving information of availability of room, news and promotion through broadcast SMS and broadcast Email to customer so that can increase customer loyalty to hotel Classie.

Keywords— Hotel, Information, RUP Method, PHP, Javascript, MySQL

1. PENDAHULUAN

Persaingan dunia bisnis saat ini semakin ketat dan berkembang sedemikian pesat, sehingga agar bisa bertahan dalam persaingan tersebut setiap perusahaan dituntut untuk menggali potensi yang mereka miliki. Tidak hanya itu saja, perusahaan harus selalu siap untuk bersaing dengan perusahaan lainnya dalam hal menarik pelanggan baru maupun mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Salah satu cara yang membuat perusahaan dapat unggul dan memenangkan persaingan dengan perusahaan lainnya terletak pada penciptaan kepuasan pelanggan.

Salah satu konsep yang ditawarkan untuk meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan adalah konsep CRM (*Customer Relationship Management*) sebagai fungsi terintegrasi dari pemasaran, penjualan, dan pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan terutama untuk mendapatkan, mempertahankan, dan meningkatkan jumlah pelanggan perusahaan. Dengan penerapan CRM perusahaan bertujuan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan daripada sebelumnya sekaligus mempertahankan pelanggan yang telah ada dengan cara meningkatkan nilai kepuasan.

Hotel Classie merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang Perhotelan. Hotel Classie terletak pada Komplek Ruko Rajawali No. 8, 9 Ilir, Ilir Tim. II, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Setelah melakukan observasi awal pada Hotel Classie bahwa mengalami kesulitan dalam mempertahankan pelanggan yang telah ada serta kurangnya komunikasi yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan. Masalah yang dihadapi oleh Hotel Classie adalah proses *booking* kamar dilakukan dengan cara menelepon ke pihak hotel dan terkadang pihak hotel melakukan konfirmasi kembali ke pelanggan dengan cara menelepon pula sehingga proses *booking* ini memakan waktu yang lama dan tidak efisien. Disisi lain data riwayat *register* pelanggan sulit ditemukan dalam waktu yang singkat serta tidak adanya kritik dan saran terkait ruangan kamar dan *meeting room* hanya saja keluhan sering kali dilontarkan langsung kepada resepsionis. Kondisi seperti ini membuat pelanggan menganggap pelayanan yang diberikan oleh Hotel Classie terkesan biasa saja. Hal tersebut memungkinkan pelanggan tersebut akan pindah ke hotel yang lain, oleh sebab itu pihak Hotel Classie perlu strategi pelayanan terhadap pelanggan.

Salah satu strategi pelayanan serta menjalin relasi yang baik dengan pelanggan adalah dengan pendekatan *Customer Relationship Management* (CRM). CRM merupakan sebuah teknik yang handal dalam penerapan strategi pemasaran, dimana pihak hotel dapat meningkatkan strategi penanganan pelanggan yang tidak hanya memuaskan kebutuhan pelanggan, tetapi juga komunitas finansial yang sering menuntut hasil yang menguntungkan.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Metodologi

RUP (*Rational Unified Process*). RUP adalah pendekatan pengembangan perangkat lunak yang dilakukan berulang-ulang (*iterative*), fokus pada arsitektur (*architecture-centric*), lebih diarahkan berdasarkan penggunaan kasus (*use case driven*). RUP merupakan proses rekayasa perangkat lunak dengan pendefinisian yang baik (*well defined*) dan penstrukturan yang baik (*well structured*). RUP menyediakan pendefinisian struktur yang baik untuk alur hidup proyek perangkat lunak. (Rosa AS, 2014. h.125).

RUP memiliki empat tahap atau fase yang dapat dilakukan pula secara iteratif, yaitu:

1. Inception (Permulaan)

Tahap ini lebih pada memodelkan proses bisnis yang dibutuhkan (*business modeling*) dan mendefinisikan kebutuhan akan sistem yang dibuat (*requirements*).

2. Elaboration (Perluasan/perencanaan)

Tahap ini lebih difokuskan pada perencanaan arsitektur sistem. Tahap ini juga dapat mendeteksi apakah arsitektur sistem yang diinginkan dapat dibuat

atau tidak. Tahap ini lebih pada analisis dan desain sistem serta implementasi sistem yang fokus pada purwarupa sistem (*prototype*).

3. *Construction* (Konstruksi)

Tahap ini lebih pada pengembangan komponen dan fitur-fitur sistem. Tahap ini lebih pada implementasi dan pengujian sistem yang fokus pada implementasi perangkat lunak pada kode program. Tahap ini menghasilkan produk perangkat lunak di mana menjadi syarat dari *Initial Operational Capability Milestone* atau batas kemampuan operasional awal.

4. *Transition* (Transisi)

Tahap ini lebih pada *deployment* atau instansi sistem agar dapat dimengerti oleh *user*. Tahap ini menghasilkan produk perangkat lunak di mana menjadi syarat dari *Initial Operational Capability Milestone* atau batas/tonggak kemampuan operasional awal. Aktivitas pada tahap ini termasuk pada pelatihan *user*, pemeliharaan dan pengujian sistem apakah sudah memahami harapan *user*.

2.2 Sistem

Sistem merupakan suatu kumpulan dari unsur, komponen, atau variabel yang terorganisir, saling berinteraksi, saling tergantung satu sama lain dan terpadu (Tata Sutabri, 2012, h.3).

2.3 Informasi

Menurut Tata Sutabri (2012:21) Informasi merupakan proses lebih lanjut dari data yang sudah memiliki nilai tambah. Informasi dapat dikelompokkan menjadi 3 bagian, yaitu: Informasi Strategis. Informasi ini digunakan untuk mengambil keputusan jangka panjang, yang mencakup informasi eksternal, rencana perluasan perusahaan, dan sebagainya.

- a. Informasi Taktis. Informasi ini dibutuhkan untuk mengambil keputusan jangka menengah, seperti informasi tren penjualan yang dapat dimanfaatkan untuk menyusun rencana penjualan.
- b. Informasi Teknis. Informasi ini dibutuhkan untuk keperluan operasional sehari-hari, seperti informasi persediaan stock, retur penjualan, dan laporan kas harian.

2.4 Sistem Informasi

Sistem informasi adalah sistem dalam suatu organisasi yang mendukung kegiatan operasional dan strategi untuk dapat menyediakan laporan yang diperlukan oleh pihak luar tertentu (Tata Sutabri, 2012, h.38). Sedangkan menurut Abdul Kadir (2008:10), sistem informasi adalah sejumlah komponen (manusia, komputer, teknologi informasi, dan prosedur kerja), ada sesuatu yang diproses (data menjadi informasi), dan dimaksudkan untuk mencapai suatu sasaran atau tujuan. Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa sistem informasi adalah kumpulan dari sub-sub sistem yang saling berhubungan dan bekerja sama untuk mengolah data menjadi informasi yang berguna demi mencapai tujuan tertentu.

2.5 Customer Relationship Management (CRM)

CRM merupakan suatu pengelolaan informasi mengenai setiap pelanggan dan secara cermat mengelola semua pelanggan demi mendapatkan kesetiaan pelanggan (Harvarindo, 2008, h.44). CRM adalah strategi bisnis inti yang memadukan proses dan fungsi internal, jaringan eksternal untuk menciptakan dan menyampaikan nilai kepada pelanggan untuk mendapatkan keuntungan. CRM didasarkan pada data pelanggan berkualitas dan dimungkinkan dengan adanya teknologi informasi (Francis Buttle, 2007, h.54).

2.6 Tataran CRM

2.6.1 CRM Strategis

CRM Strategis Terfokus pada upaya untuk mengembangkan kultur usaha yang berorientasi pada pelanggan atau *Customer – centric*. Bertujuan untuk merebut hati pelanggan dan menjaga loyalitas mereka dengan ,menciptakan serta memberikan nilai bagi pelanggan yang mengungguli para pesaing. Sebuah perusahaan yang menganut sistem berorientasi pada pelanggan, semua sumber daya akan dialokasikan untuk mendukung semua langkah yang dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata pelanggan, termasuk juga pemberian ganjaran dan penghargaan yang akan mendorong sikap positif karyawan yang turut menciptakan nilai tambah bagi perusahaan di mata pelanggan. Penciptaan kultur perusahaan yang berorientasi pada pelanggan tidaklah mudah, karena bertentangan dengan logika – logika bisnis lain, seperti misalnya dengan pendapat dari Kotler. Menurut Kotler (2006;p.15) terdapat 5 orientasi bisnis yang terpenting, yaitu produk, produksi, penjualan, pemasaran, dan pemasaran secara keseluruhan. Dimana perusahaan yang berorientasi pada produk berpedoman bahwa pelanggan lebih menyukai produk yang mempunyai kualitas, performa, desain serta fitur - fitur yang paling unggul, namun perusahaan tidak mendengarkan apa yang menjadi keinginan dari pelanggan. Sedangkan bagi perusahaan. yang berorientasi pada produksi, mereka berpedoman bahwa pelanggan lebih menyukai produk yang banyak tersedia di pasaran dan harganya murah. Perusahaan ini berfokus pada efisiensi tinggi, biaya rendah dan distribusi massal. Kemudian, perusahaan yang berorientasi pada penjualan berpedoman bahwa konsumen akan tertarik membeli produk apabila perusahaan menanamkan investasi yang besar pada kegiatan iklan, penjualan, humas, dan promosi. Bagi perusahaan yang berorientasi pada pemasaran berpegang bahwa mereka harus menemukan produk yang cocok untuk pelanggan bukan pelanggan yang cocok untuk produk. Yang terakhir, perusahaan yang berorientasi pada pemasaran secara keseluruhan yang berpedoman bahwa perusahaan harus menemukan aktivitas pemasaran yang baik untuk menyalurkan produk pada pelanggan. Namun menurut Francis Buttle (2007;p.6), perusahaan yang berorientasi pada pelanggan memiliki keyakinan yang besar yang mendorong mereka untuk lebih mengutamakan pelanggan.

2.6.2 CRM Operasional

CRM Operasional. Terfokus pada otomatisasi aktivitas dan cara perusahaan dalam berhubungan dengan pelanggan. Terdapat berbagai aplikasi yang digunakan dalam operasional CRM, diantaranya : Otomatisasi Pemasaran – *Marketing Automation*. Merupakan sebuah pemanfaatan teknologi dalam proses – proses pemasaran. Program yang ditawarkan oleh *Marketing Automation* (MA) antara lain adalah segmentasi pasar yang dapat dilakukan secara terperinci hingga dapat menghasilkan target pelanggan personal, juga dapat memudahkan perusahaan dalam mengembangkan, mengatur anggaran, serta dapat membantu perusahaan dalam menyelenggarakan kegiatan pemasaran berbasis event. Otomatisasi Armada Penjualan – *Sales Force Automation*. Sistem ini mengaplikasikan teknologi dalam mengelola bernagai aktivitas penjualan perusahaan. Mulai dari tahap penjarangan prospek, kualifikasi prospek, identifikasi kebutuhan, pengembangan spesifikasi, pembuatan proposal, presentasi, menangani penolakan dan realisasi penjualan. Selain itu *Sales Force Automation* (SFA) memiliki fitur *opportunity management* yang memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi adanya kemajuan dan menemukan prospek yang baik pada saluran yang tepat. Dan SFA dilengkapi juga dengan fitur *Contact*

Management yang memungkinkan perusahaan dapat berkomunikasi dengan pelanggannya. Otomatisasi Layanan. Dengan adanya dukungan otomatisasi layanan, perusahaan dapat menjalankan fungsi pelayanan pada pelanggan secara otomatis, baik melalui *call center* atau *contact center* atau bahkan bertatap muka langsung antara petugas dengan konsumen di lapangan. *Call center* berbeda dengan *contact center*, pada *contact center*, pihak petugas dapat berkomunikasi dengan pelanggan tidak hanya melalui telepon, namun juga dapat dilakukan dengan menggunakan media lainnya, misalnya suara, fax, email, ataupun SMS

2.6.3 CRM Analitis

Pandangan '*bottom-up*' tentang CRM yang terfokus pada kegiatan penggalan data konsumen untuk tujuan-tujuan strategis dan taktis (Francis Buttle, 2007, h.4). CRM Analitis digunakan untuk mengeksplorasi data konsumen demi meningkatkan nilai mereka (dan nilai perusahaan). Perusahaan menggabungkan antara data yang didapat dari internal, seperti data penjualan, data finansial, data pemasaran, data riwayat pelanggan, data respon pelanggan, dsb dengan data yang didapat dari data eksternal, seperti data geodemografis, data tentang gaya hidup konsumen yang disediakan oleh organisasi intelijen bisnis. CRM analitis telah menjadi suatu bagian yang penting dalam penerapan CRM yang efektif.

2.7 Rich Picture

"*Rich Picture is an informal drawing that presents the illustrator's understanding of a situation.*" Artinya *rich picture* adalah gambaran informal yang mempresentasikan ilustrator tentang sebuah situasi (Mathiassen, 2000, h.26). Jadi, *rich picture* merupakan alur atau gambaran proses bisnis yang berjalan yang akan dijelaskan melalui gambar.

2.8 PIECES

Untuk mendefinisikan masalah, harus dilakukan analisis terhadap kinerja, informasi, ekonomis, keamanan aplikasi, efisiensi, dan pelayanan pelanggan. Panduan ini dikenal dengan analisis PIECES (*Performance, Information, Economics, Control, Efficiency, Services*). Dari analisis ini biasanya didapatkan beberapa masalah utama, tetapi hanya gejala dari masalah utama saja (Hanif Al Fatta, 2008, h.51).

2.9 Hypertext Markup Language (HTML)

Dokumen HTML yang dikenal *web page* diartikan sebagai *file* teks murni yang dapat dibuat dengan editor teks sembarang dan umumnya berisi informasi atau *interface* aplikasi di dalam internet serta disajikan dalam *browser web surfer*. Penamaan dalam dokumen HTML menggunakan 2 jenis ekstensi, yaitu .htm dan .html. Ekstensi dokumen HTML yang menggunakan 3 karakter untuk mengakomodasi sistem penamaan yang ada dalam DOS. Nama dokumen HTML pada beberapa *operating system* bersifat *case sensitive* (Betha Sidik 2012, h.9-h.10).

2.10 Hypertext Preprocessor (PHP)

PHP adalah suatu bahasa pemrograman *Open Source* yang digunakan secara luas terutama untuk pengembangan web dan dapat disimpan dalam bentuk HTML. Keuntungan utama menggunakan PHP adalah *script* PHP tidak hanya benar sederhana tetapi juga menyediakan fitur tambahan (Wahana Komputer 2006, h.11-12).

2.11 *Cascading Style Sheet (CSS)*

Cascade Style Sheet (CSS) diperlukan setelah melihat perkembangan HTML menjadi kurang praktis dikarenakan *web pages* terlalu banyak dibebani hal-hal yang berkaitan dengan tampilan seperti *font* dan lain-lain. Jika kumpulan *style* dikelola secara terpisah maka manajemen *pages* menjadi lebih mudah dan efisien (Betha Sidik 2012, h.132).

2.12 *Javascript*

Javascript merupakan modifikasi dari bahasa c++ dengan pola penulisan yang lebih sederhana dan telah tersedia ASP atau *Internet Explorer* pada *interpreter* bahasa ini. *Javascript* memiliki *Automatic Conversion* dalam pengoperasian tipe data yang berbeda. *Javascript* juga bersifat *sensitive case* dan extensionnya menggunakan *.js (Betha Sidik 2012, h.267). *Javascript* merupakan bahasa pemrograman *script client-side* yang berjalan di pihak pengguna dan bukan pada *server* serta dapat menambahkan “perilaku” pada situs sehingga situs menjadi interaktif (Jubilee Enterprise 2014, h.205).

2.13 *Codeigniter*

Codeigniter merupakan suatu *web aplikasi framework* yang paling *powerful* saat ini karena di dalamnya terdapat fitur yang lengkap yang telah dikemas menjadi satu. *Codeigniter* banyak digunakan oleh *programmer* atau *developer web* dalam pengembangan aplikasi berbasis *website* (Priyanto Hidayatullah 2017, h.281).

2.14 XAMPP

XAMPP merupakan paket aplikasi yang memudahkan dalam menginstalasi modul PHP, Apache Web Server, dan MySQL database. XAMPP dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang akan memberikan kemudahan dalam mengembangkan situs web berbasis PHP (Angga Wibowo 2007, h.5).

2.15 *My Structured Query Language (MySQL)*

MySQL adalah *database* yang menghubungkan *script PHP* menggunakan perintah *query* dan *escape* karakter yang sama dengan PHP. MySQL mempunyai tampilan *client* yang memudahkan dalam mengakses *database* dengan kata sandi untuk mengijinkan proses yang boleh anda lakukan (Firdaus 2007, h.56).

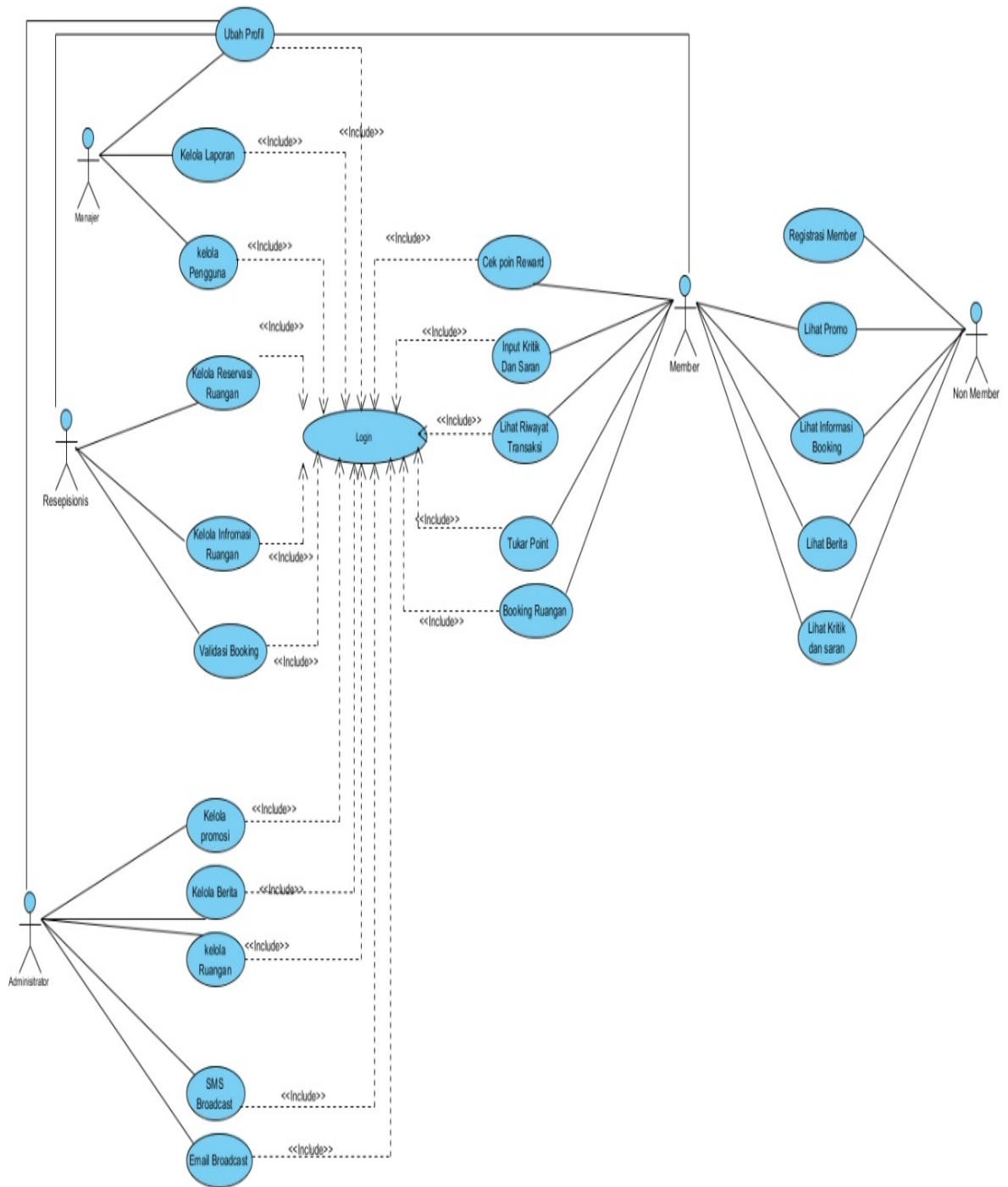
2.16 *World Wide Web*

World Wide Web (WWW), yang lebih dikenal dengan web, merupakan salah satu layanan pengguna komputer yang terhubung ke Internet. Web pada awalnya adalah ruang informasi dalam internet yang bertujuan untuk menemukan informasi dengan mengikuti *link* yang disediakan dalam dokumen web yang ditampilkan dalam browser. Karena kepopuleran web yang awalnya sebagai penyedia informasi, kini digunakan juga untuk komunikasi dari email sampai dengan *chatting*, sampai dengan melakukan transaksi bisnis (Betha Sidik 2012, h.1).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Kebutuhan

Dalam melakukan analisis kebutuhan fungsional maka penulis menggunakan *use case*. Tujuan dari pembuatan *use case* digunakan untuk mengetahui fungsi apa saja yang ada di dalam sebuah sistem informasi beserta hak akses pengguna. Adapun *use case* yang teridentifikasi dalam Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Pada Hotel Classie dapat dilihat pada gambar 3.1 sebagai berikut:



Gambar 3.1 Usecase Diagram

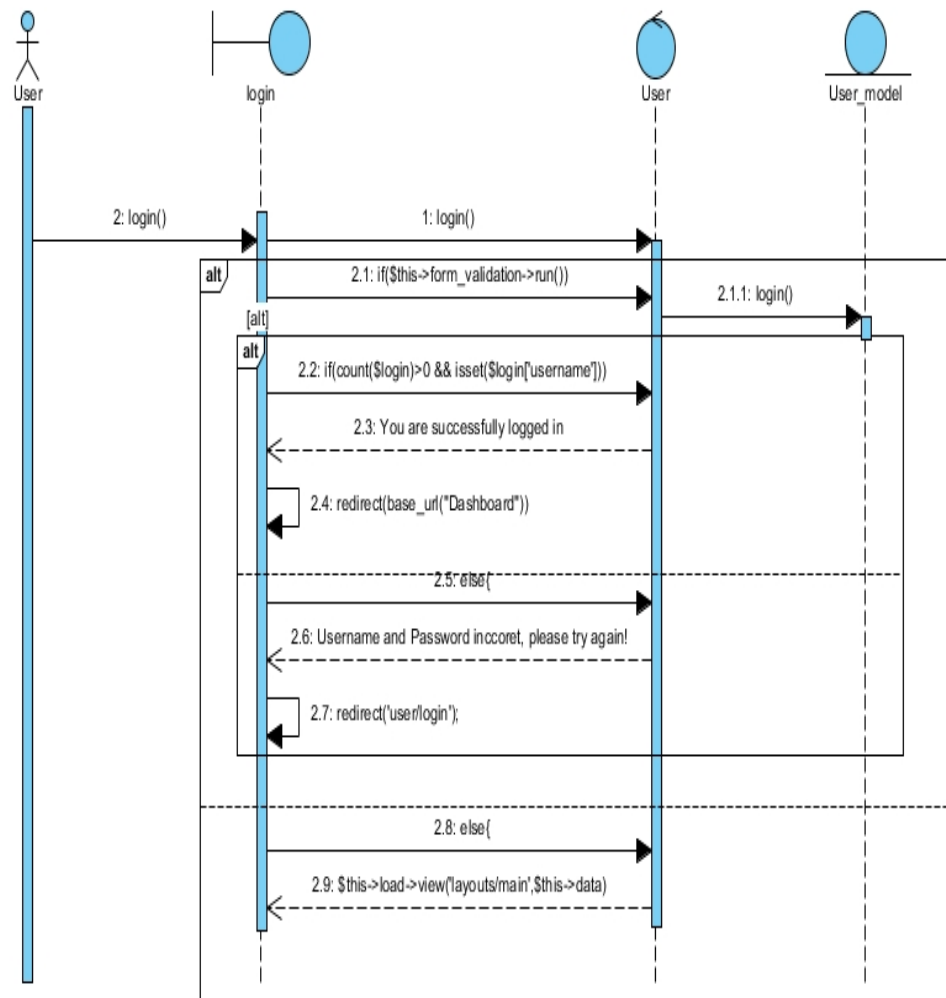
3.2 Rancangan Sistem

Berikut ini adalah pembahasan dari rancangan sistem yang dibangun pada Hotel Classie.

3.2.1 Activity Diagram Login

Diagram aktivitas atau *activity diagram* menggambarkan *workflow* (aliran kerja) atau aktivitas dari sebuah sistem atau proses bisnis. Yang perlu diperhatikan di sini adalah bahwa diagram aktivitas menggambarkan aktivitas yang dapat dilakukan oleh sistem, bukan apa yang dilakukan oleh aktor. Berikut

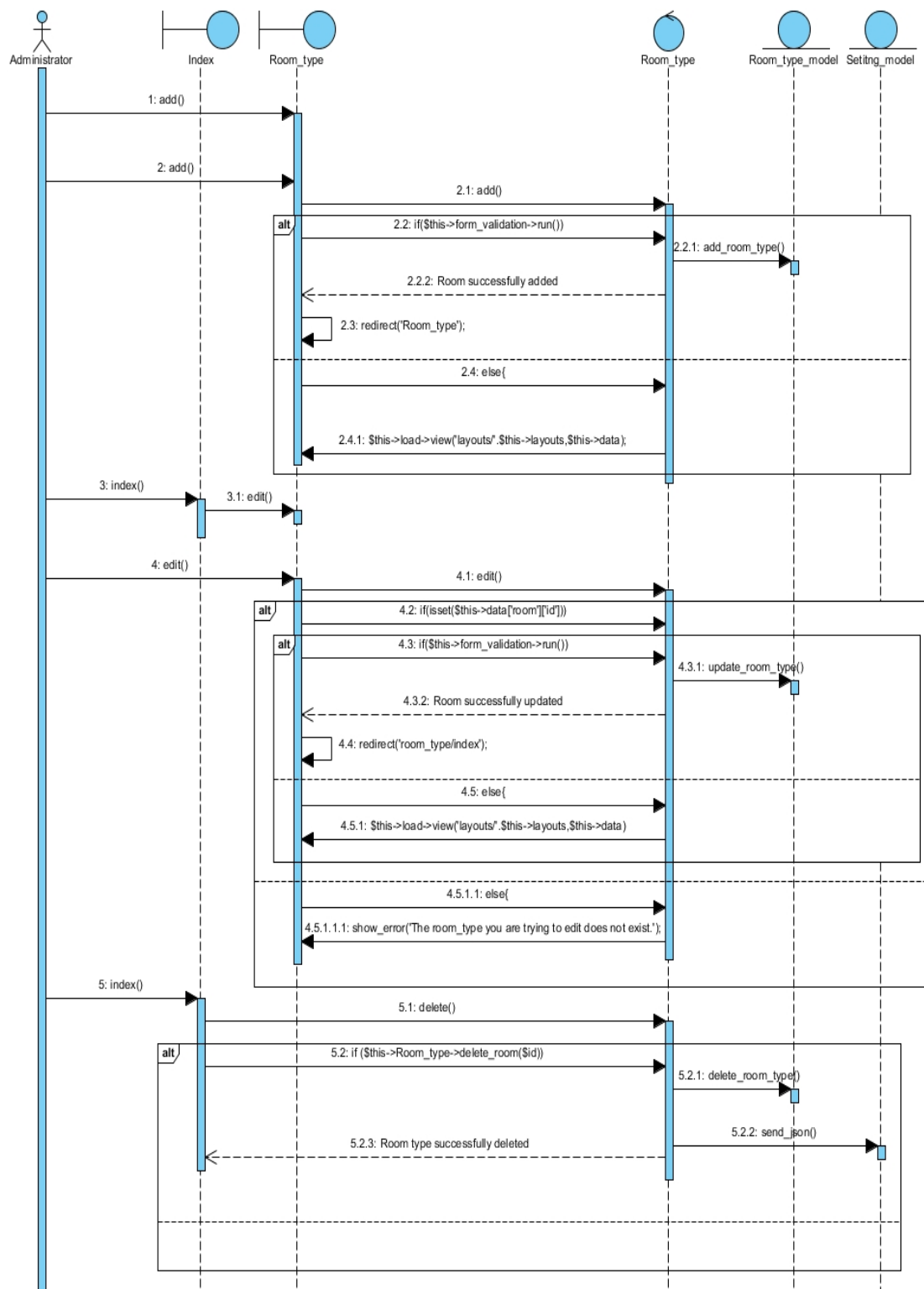
adalah salah satu *activity diagram* yang dibuat pada sistem yang dibangun pada Hotel Classie, dapat dilihat pada Gambar 3.2:



Gambar 3.2 Activity Diagram

3.2.2 Sequence Diagram

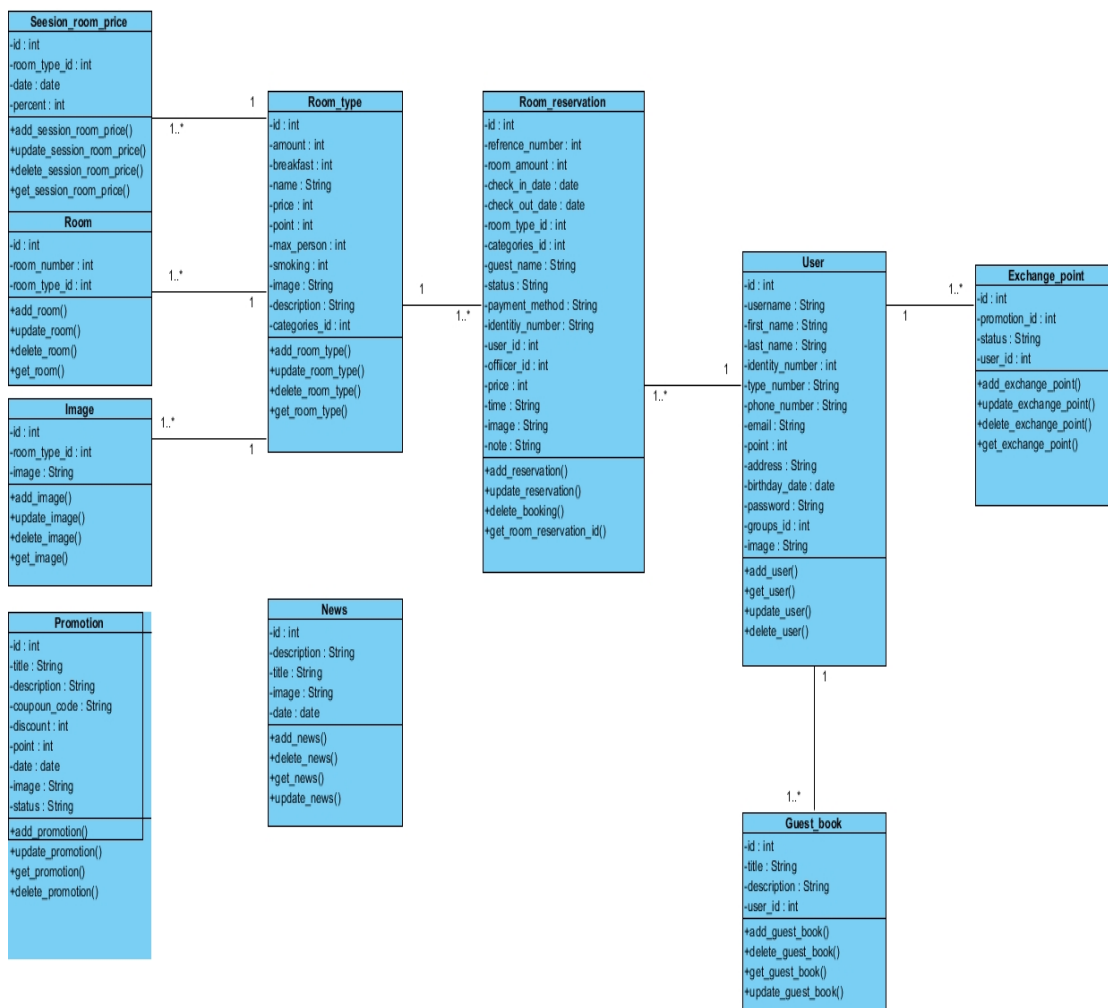
Sequence diagram menggambarkan interaksi antara sejumlah objek dalam urutan waktu. Kegunaannya untuk menunjukkan rangkaian pesan yang dikirim antara objek juga interaksi antar objek yang terjadi pada titik tertentu dalam eksekusi sistem. Pada *sequence diagram*, setiap objek hanya memiliki garis yang digambarkan garis putus-putus kebawah. Berikut ini merupakan salah satu *sequence diagram* yang diusulkan pada Hotel Classie dapat dilihat pada gambar 3.3



Gambar 3.3 Sequence Diagram

3.2.3 Class Diagram

Class diagram merupakan diagram yang menggambarkan jenis-jenis objek dalam sistem dengan berbagai macam relasi yang dimiliki. *Class diagram* juga merupakan diagram yang paling umum dijumpai pada pemodelan berbasis UML. Berikut adalah *class diagram* yang ada pada sistem yang dibangun. *Class diagram* berfungsi menjelaskan hubungan antar *class* dalam sebuah sistem yang sedang dibuat dan bagaimana caranya agar mereka saling berkolaborasi untuk mencapai tujuan. Adapun *class diagram* sistem informasi manajemen pembelian dan penjualan berbasis *website* pada Hotel Classie dapat dilihat pada gambar 3.4



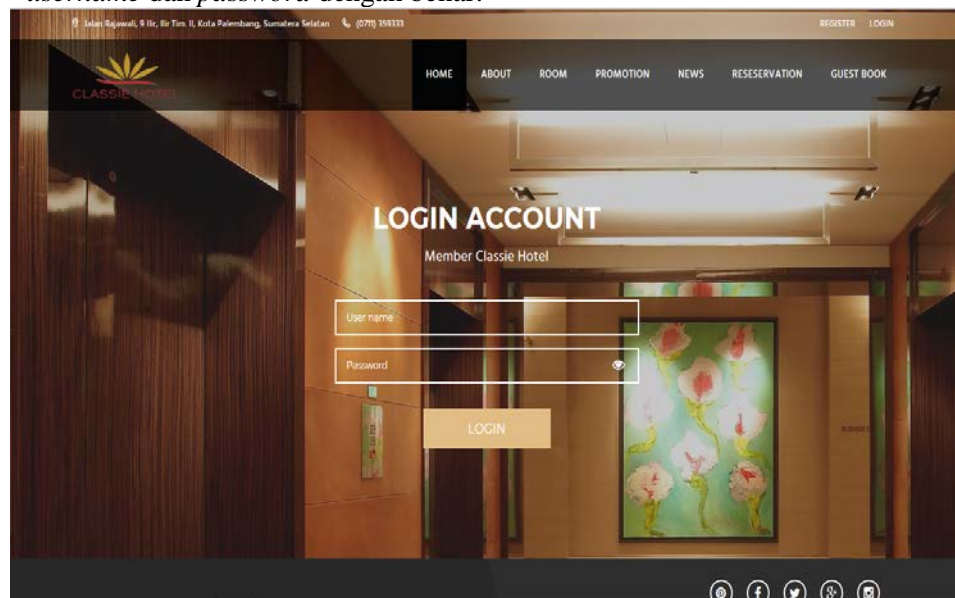
Gambar 3.4 Class Diagram

3.3 Tampilan Antarmuka

Tampilan antarmuka adalah tampilan dari sistem yang telah dibangun. Berikut merupakan tampilan dari sistem yang dibangun.

3.3.1 Tampilan Login

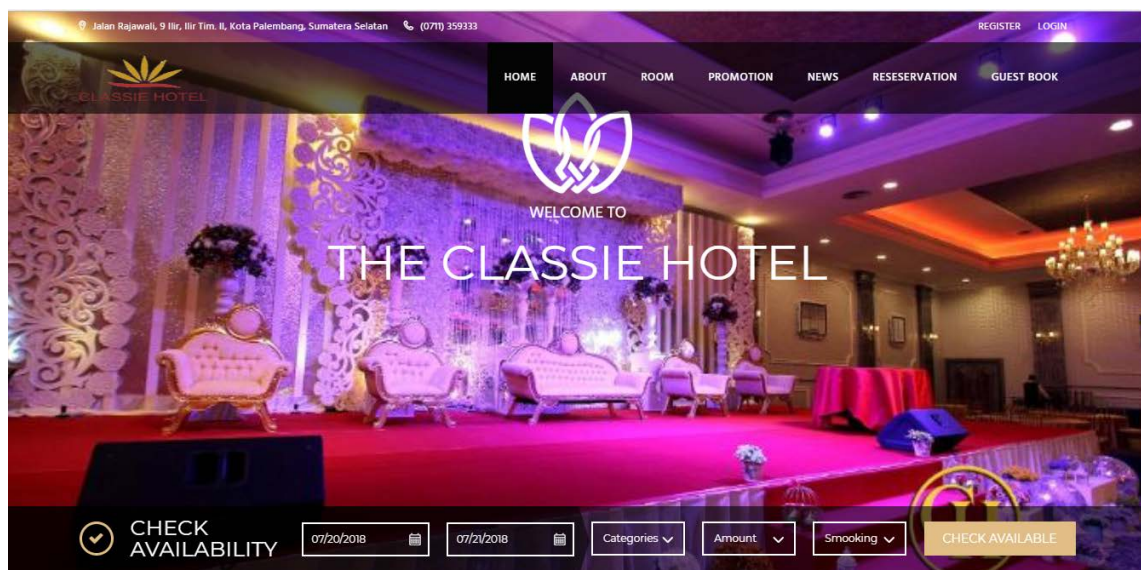
Pengguna harus melewati halaman ini sebagai halaman *validasi*. Jika berhasil maka pengguna bisa masuk ke halaman sesuai hak akses. Namun sebaliknya, jika gagal *login* maka pengguna diminta untuk memasukkan *username* dan *password* dengan benar.



Gambar 3.5 Halaman *Login*

3.3.2 Tampilan Dashboard

Halaman *dashboard* akan tampil setelah pengguna berhasil *login*. Contoh gambar di bawah merupakan halaman beranda administrator.



Gambar 3.5 Tampilan *Homepage*

4 KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan laporan yang berjudul “Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Pada Hotel Classie” dan hasil kuisioner penilaian pengguna terhadap sistem yang dibangun, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Pada Hotel Classie dapat memberikan informasi promosi dan berita dengan mudah kepada pelanggan melalui halaman web,email dan sms dengan satu arah dari system ke pelanggan.
2. Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Pada Hotel Classie dapat mengecek ketersediaan ruangan kamar dan ruangan *meeting* tanpa harus datang langsung ke hotel classie.
3. Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Pada Hotel Classie dapat melakukan booking ruangan kamar dan ruangan *meeting*.
4. Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Pada Hotel Classie dapat memberikan notifikasi jika ada pemesanan ruangan.
5. Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Pada Hotel Classie dapat memberikan informasi tingkat kepuasan pelanggan melalui kritik dan saran yang diinput melalui *guest book*.
6. Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Pada Hotel Classie dapat menyajikan laporan dengan baik.

5 SARAN

Berikut saran yang disampaikan untuk Hotel Classie.

1. Sebaiknya karyawan Hotel Classie yang menggunakan sistem informasi yang ini dapat memanfaatkan sistem informai yang dibangun tersebut dengan sebaik-baiknya sesuai dengan pelatihan yang telah diberikan.
2. Jika terjadi perkembangan pada perusahaan disarankan untuk mengembangkan sistem informasi sesuai dengan perkembangan tersebut agar dapat mendukung kebutuhan dan proses bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Buttle, Francis 2007, *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan)*, Bayumedia, Jakarta.
- Buttle, Francis 2009, *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies*, Elsevier Ltd.
- Enterprise, Jubilee 20014, *HTML 5 Manual Book*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Fatta, Hanif Al 2007, *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Komputer, Wahana 2011, *Mastering CMS Programming with PHP & MySQL*, Andi, Yogyakarta.
- Rosa, AS. 2013, *Rekayasa Perangkat Lunak*, Informatika, Bandung.
- Sidik, Betha 2012, *Pemrograman Web dengan HTML*, Informatika, Bandung.
-

Sutabri, T 2012, *Analisis Sistem Informasi*, Andi Offset, Yogyakarta.

Wibowo, Angga 2007, *16 Aplikasi PHP Gratis untuk Pengembangan Situs Web*, Andi, Yogyakarta.

Afrina, Mira, Ovi Dyantina, dan Ali Ibrahim 2012, “Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN)”. *Jurnal Sistem Informasi*. Vol. 4, No. 2, Universitas Sriwijaya, Palembang, 2012.

Husni, Al Amin Imam dan Kristanto A 2014, “2.1.1 Perancangan Aplikasi Customer Relationship Management (CRM) DiI CV. Matahari Digital Printing Semarang”. *Jurnal DINAMIKA TEKNIK*. Vol. 8, No 2, Universitas Stikubank, Semarang, 2014.

Mawlan, Suwirno, Dicky Muliawan dan Yansen Mulyadi, “Analisis dan Perancangan Manajemen Hubungan Pelanggan Berbasis Web Pada CV. Whitebox Studio Palembang”. *Jurnal Sitem Informasi, SMTIK GI MDP*, Palembang, 2016.

Kadir, Abdul 2008, *Dasar Pemograman Web Dinamis Menggunakan PHP Edisi Revisi*, Andi Offset, Yogyakarta.

Mathiassen, Lars. Et all 2000, *Object-Oriented Analysis and Design*, Marko Publishing, Denmark.

Muqaffa, Wieda. 2013. *Sistem Informasi Customer Relationship Management CV BUDI UTAMA* (Penerbit Deepublish). Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Wardati, Indah U dan Rindi Damayanti, “Perancangan Sistem Informasi Pemesanan dan Pembayaran Kamar Pada Hotel Remaja Pacitan”. *Jurnal Evolusi*. Vol. 4, No. 2, Universitas Surakarta, STKIP PGRI Pacitan, 2016.
